探析融媒体时代电视媒体新闻短视频的布局与思考

摘　要：当前属于融媒体时代，电视媒体新闻短视频因其传播途径广泛、内容灵活多变、形式各样的特点，深受广大群众的喜爱。在经济全球化背景下，传统的电视媒体行业逐步开始应用新闻短视频，其布局的合理性成为关键问题。本文主要研究该类短视频的布局，并进行相应思考，提出了针对性的建议，所得结论仅供参考。

关键词：融媒体；电视媒体；短视频；布局现状；应用优势；策略；优势

中图分类号：G206　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2019）12-026-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.12.004

本文著录格式：邓若蕾.探析融媒体时代电视媒体新闻短视频的布局与思考[J].中国传媒科技，2019（12）：26-28.

文 / 邓若蕾

引言

现阶段，各类电视媒体为顺应时代发展需求，开始积极应用短视频，创新新闻内容，加速新闻信息的传播速度。我国的新闻短视频运用还处于探索阶段，存在着一定的不足之处。为了更好地应用短视频，为电视媒体新闻行业发展提供助力，要积极探究其布局，并对其树立正确的认知。

1. 相关概述

1.1 融媒体概述

“融媒体”（Fusion media）一词，很多人会觉得比较陌生。该词主要指的是充分利用媒介载体，将一些存在共同点的报纸、电视或广播内容，以及一些存在互补性的内容作为媒介，开展资源整合，构建新型的媒体。[1] 通过增加人力方面投资，强化内容完善，可实现“资源通融、宣传互融、内容兼容、利益共融”的目标，加速媒体行业的发展。

1.2 短视频定义

“短视频”（Short video）一词指的是在各类新媒体平台播放的视频内容，播放时间在1.0min以内，可供受众移动观看、休闲观看，能够实现高频推送。[2] 短视频内容涵盖了各个方面及不同领域，具备内容短、制作精的特点，可单独成片。

2. 融媒体时代电视媒体新闻短视频应用优势

传统文化传播载体存在着较大的限制性，相比之下，电视媒体新闻短视频在融媒时代背景下，具备显著的特点，拥有绝对的优势。[3] 首先，可解决平台搭建问题，实现所有共享资源的有效分配；其次，电视媒体新闻短视频具有完整的系统机制，在保障新闻有效性的同时，还可满足网络分发特征这一需求；最后，该视频的社交属性能够顺应时代发展需求，可促进社会文化发展，发挥新闻价值及作用。

2.1 满足用户需求

在当前时代背景下，受众者借助电视、广播等传统媒体，手机、互联网等新兴媒体，可获得新鲜的新闻资讯，此阶段用户的新闻阅读也具备显著的碎片化特点。[4] 新闻短视频具备短小、精练、彪悍的特点，能够适应融媒体时代的发展需求，促使用户在任何时间迅速了解新闻、接收新闻信息，切实满足用户的随时随地、碎片化新闻阅读需求。

2.2 促使新闻交互

传统电视媒体应用的单向传输形式，为受众群体提供新闻信息，导致受众与电视媒体之间难以进行有效互动（实时互动）。[5] 在当前时代背景下，受众参与途径也会增加，如新闻编辑、新闻传播、新闻生产等，受众对新闻信息的需求量也不断增加。新闻短视频本身带有较多功能，比如评论、转发、点赞等，能够切实满足受众的新闻交互需求，切实满足受众群体随时随地获取新闻视频的需求，为大众提供多样化的新闻信息。群众可发表自己的看法，提出自己的意见，还可实现新闻信息转户，将新闻转发到其他媒体平台中，促使不同平台受众开展信息交互，信息反馈等。

2.3 符合娱乐需求

在融媒背景下，使得新闻短视频开始转换为社会化的媒体形式，可实现各类社会信息的有效传递，促使新闻资讯、用户社交圈之间深入融合。[6] 将国家大事、时政新闻除去，其他的均可作为新闻短视频的内容。群众也可直接使用手机、电脑等新媒体，拍摄记录身边的新鲜事，直接上传到网络、媒体平台上。新闻短视频就娱乐信息传递也具备一定的优势，能够切实满足群体的娱乐需求、消遣需求，更好地符合大众的娱乐需求。

3. 融媒体时代电视媒体新闻短视频布局现状

3.1 缺乏传播媒介

近几年，在国内社会媒介传播上，出现了不同类型及风格的短视频，这些短视频被广泛应用在娱乐活动传

播中。就微博、QQ 空间上的微视频，这些内容均是广大群众拍摄产生，可供大家娱乐，多在微博及 QQ 空间内传播。由于微视频只在微博、QQ 空间传播，影响了其传播范围，加之使用这两类软件的群体多为 80 后青年、90 后青年，其他年龄层次的人群接触较少，使得传播存在着较大的局限性。[7] 由于缺乏专门的传播媒介，导致短视频布局不合理，未能物尽其用。

3.2 内容复杂难控

通过调查发现，目前发展较火的短视频程序包括：快手短视频、小红书、抖音短视频等。这些短视频平台诞生了很多的网红，部分网红的行为在人民群众间引发了较大的争议，大量网红“黑历史”逐步被大家扒出，很多网红又被平台封杀，使得大家对短视频产生误解。加之，部分短视频会经常性的出现不健康内容，这些劣质短视频不仅会导致平台名誉受损，还使得大家对短视频产生误解，给社会带来较大的不良影响。

3.3 新闻内容相似

我国目前处于一个发展迅速的时代，很多优秀产物诞生。为娱乐消遣，很多人会模仿这些优秀文化产物，短视频上反复出现的内容，另大家出现审美疲劳，导致一些消费者开始抗拒短视频，社会上对这些短视频的评价并不好，使得短视频的浏览量下降，进而影响短视频企业发展。

4. 融媒体时代电视媒体新闻短视频布局策略

融媒时代带来了一个新媒体市场，电视新闻短视频在发展过程中，虽具备充足的市场、良好的发展空间、充沛的发展时间，但需要强化其问题分析，对技术难点、机制建设等问题，要及时解决。就这些问题的解决，相关部门要从理念入手，结合设计、操作等，开展全方位的思考，健全布局策略。

4.1 建设转换机制

在将新闻视频转换成新媒体的过程中，部门需要及时建立转换机制，保障转换高效性，促使新闻信息实现快速传播。在此基础上，保障制作出来的短视频能够满足网络分发需求。在当前时代背景下，相关部门重新构架人员培训、薪资待遇、福利体系等，确保短视频满足各类节目需求。

4.2 凸显新闻要素

在当前背景下，电视媒体在新闻短视频制作过程中，要结合实际，突出重点新闻，强化实时报道。由于短视频的时长较短，无法将媒体传统的六要素呈现出来。在实际报道过程中，要将人物、细节等叙述出来，体现新闻事件中的矛盾点与冲突点，凸显新闻事件要素，以此将新闻短视频的作用发挥出来。

4.3 转变新闻题材

就新闻价值判断，多以五大重点要素作为参考，保障新闻信息的时效性、趣味性，以此确保新闻信息传播的接近性，凸显新闻价值。在当前时代背景下，电视媒体新闻短视频主要是有效传播新闻价值。相关部门在电视媒体新闻传播过程中，要将五要素包含其中，展现短视频整体形象，凸显新闻短视频的应用优势，转变新闻题材，推动我国媒体行业的发展。

4.4 多样记录现场

在短视频制作过程中，摄像器械要满足多样化需求，目前，短视频多选择运动相机、无人拍摄机、手机等拍摄形式。短视频的制作也需要呈多样化特点，实施“一镜到底”的方案，或借助手机软件，对视频进行剪辑、转换播放模式等，以此实现新闻的快速传播。[8] 比如：在《新闻直通车》新闻制作过程中，通过与“梨视频”“bilibili”“西瓜视频”形成密切合作，可整合优化新闻短视频内容，扩展电视新闻媒体的传播源，不断丰富新闻信息，吸取新鲜的新闻信息。

4.5 加强数据分析

在当前背景下，电视媒体新闻短视频布局要深入挖掘信息数据，全面分析研究，科学处理，积极反思当前布局。[9] 在此基础上，结合受众群体的新闻需求、新闻浏览习惯等，为电视媒体制作高质量新闻短视频产品奠定基础，更好地满足受众的新闻浏览需求。此阶段，自电视媒体上传了新闻短视频后，要全面搜集每天的新闻短视频浏览量及转发数，借助大数据技术，对其进行深入分析与挖掘。分析基础制作相应的变化趋势，整合新闻短视频内容，判断受众需求，为受众提供针对性服务，创新新闻短视频内容形式，以此调整新闻短视频，提升新闻短视频的传播效果，加速我国媒体行业的发展。[10]

5. 融媒体时代电视媒体新闻短视频布局思考

5.1 普及内容种类

我国社会群体按年龄主要划分为青少年、老年人两大群体，这两大群体的人在我国社会体系中占比较大，也只有这两大类的人群有足够的时间去浏览短视频。就实际情况而言，我国电视媒体短视频内容主要是面向成年人，短视频内容多与成年人世界。短视频制作单位想要得到更好的发展，应当扩展视频种类，完善视频内容，在视频制作过程中，要面对所有层次的消费人群，以此保障短视频投放质量。[11] 总而言之，只有短视频获得群众认可，才可做到物尽其用，切实发挥短视频的应用价值，推动我国媒体行业的发展。

5.2 净化视频内容

电视媒介的发展需要保障其内容的健康与正能量，短视频也是如此。只有保障积极向上的内容，展现良好的生活态度与社会态度，才可发挥其价值，凸显其作用。[12] 这也是新时代对我国媒体短视频制作提出的新要求，只有将构建绿色、科学娱乐内容作为根本任务，杜绝在短视频内添加消极思想，抵制不健康内容的传播，才可将短视频的新闻价值凸显出来。目前，各类平台已经实

施了相应的处理，针对违规操作进行封号处理，对屡教不改的用户，上报网络管理部门。除此之外，还需要注重视频相似部分的剔除，从源头净化短视频内容。针对相似的短视频，系统平台可选择拒绝上传，以此保障视频质量。[13]

5.3 吸引消费目光

新媒体具有一定的时效性特点，对新东西大家都比较向往，对新知识大家都比较渴望。[14] 作为娱乐媒体中的主流，短视频也是如此。娱乐传播单位在开展短视频制作过程中，应当将吸引群众作为唯一目标。总之，只有牢牢抓住广大消费者的内心，制作针对性的短视频，才可激发大家的浏览欲望，促使大家乐意去观看短视频，以此保障短视频传播质量及效率，加速短视频企业的发展。

5.4 解决搭建问题

针对平台搭建过程中的问题，要及时解决。在电视媒体平台搭建过程中，强化技术的引入与应用，合理分配权限，切实满足原本节目播出体系运行需求。[15] 不仅如此，还要重点建设新闻短视频制作渠道，满足新闻短视频建设分发需求，站在资源分配角度、新闻内容安全性角度，强化电视媒体系统的深入分析，切实将新闻短视频的作用发挥出来。

5.5 挖掘社交属性

注重平台内社交属性的挖掘，保障视频内容优质的同时，深入挖掘视频内容中的社交属性。[16] 可选择电视“媒体 + 多平台”结合的形式，比如，微信公众号、微博、客户端等，创设相对应的讨论话题，从整体性角度出发，从多角度思考，切实满足社群管理需求。

5.6 解决机制问题

将电视媒体作为媒介，在将既有新闻视频转换为新媒体形式时，应需要完善相应的机制与体系，为短视频的制作提供保障。满足“快速、高效”这一基本要求，制作出具备多项功能的新闻短视频，并从短视频形式、短视频薪酬、短视频内容等方面入手，开展体系重构。[17]

结语

综上所述，电视媒体新闻短视频具有自己独特的优势与特点，可有效弥补传统电视媒体缺陷，通过合理应用短视频，能够加速电视媒体行业的发展。在短视频布局过程中，要严格筛选内容，把握新闻热点，进行加工处理，深入挖掘数据，强化资料数据利用，更好地应用短视频，促使电视媒体新闻更好地顺应融媒体时代的发展需求，加速相关行业的发展。媒

参考文献

[1] 郭瑶 . 融媒体时代电视媒体新闻短视频布局问题分析 [J]. 传播力研究，2019，3（2）：74-77.

[2] 刘嘉欣 . 关于融媒体时代电视媒体做新闻短视频的思考 [J]. 新闻研究导刊，2019，10（12）：116-117.

[3] 李洁 . 山东广播电视台“中央厨房”新闻生产研究 [D]. 济南：山东师范大学，2019.

[4] 周瑞 . 视频化转向：媒介融合背景下《新京报》的转型研究 [D]. 北京：中央民族大学，2019.

[5] 林成骄 . 模式、反馈、优化对策：媒体融合视角下电视频道的新媒体转型研究 [D]. 北京：北京交通大学，2019.

[6] 刘亚兰 . 传统媒体客户端短视频内容生产研究 [D]. 长沙：湖南大学，2018.

[7] ing o LL. Cgtn international communication practice in the era of media integration[D].shenyang：Liaoning University，2018.

[8] 于海航 . 新媒体原创短视频传播特色研究 [D]. 曲阜：曲阜师范大学，2018.

[9] 马鸣 . 新媒体时代我国电视新闻评论节目的现状与发展研究 [D]. 呼和浩特：内蒙古大学，2018.

[10] 李丹琦 . 媒介融合背景下我国短视频新闻的发展研究 [D]. 乌鲁木齐：新疆大学，2018.

[11] 王佳楠 . 新媒介生态下电视民生新闻的发展策略 [D]. 郑州：郑州大学，2018.

[12] Shanna.Research on innovation of TV news programs for people’s livelihood in the age of media[D].guangzhou：Jinan University，2018.

[13] 孙志军 . 报纸媒体与电视媒体短视频内容生产及传播策略比较研究 [D]. 石家庄：河北经贸大学，2018.

[14] 郑亚丽 . 新媒体环境下视频新闻网站研究 [D]. 南京：南京师范大学，2018.

[15] 杨皓云 . 融媒体时代我国短视频新闻发展现状及前景 [J]. 西部广播电视，2019，15（20）：28-29.

[16] ying ying L.Research on short video communication of news and information[D].changchun：Northeast Normal University，2019.

[17] 朱元君 . 媒介融合背景下电视与新媒体融合研究 [D]. 北京：中国青年政治学院，2016.

（作者单位：湖州师范学院）